

IMPLIKASI KEMASAN TERHADAP PRAKARSA PEMBELIAN KONSUMEN

**Suatu Telaah Empiris Untuk Produk Sampo Lidah Buaya
Bagi Karyawan di Surabaya**

KARYA TULIS UTAMA

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
untuk mencapai derajat Magister Manajemen**



KIC
MM.25/99
Oct
i



Diajukan Oleh :

ITA OCTAFIATI

NIM : 042310123 / M

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
1995**

IMPLIKASI KEMASAN TERHADAP PRAKARSA PEMBELIAN KONSUMEN

**Suatu Telaah Empiris Untuk Produk Sampo Lidah Buaya
Bagi Karyawati di Surabaya**

KARYA TULIS UTAMA

Diajukan Oleh :

ITA OCTAFIATI

NIM : 049310133/M

Telah Disetujui Oleh :

Pembimbing Utama :


Prof. Dr. T. Pawitra

Tanggal : 19.9.1995.

**Mengetahui,
Direktur Program Studi Magister Manajemen
Universitas Airlangga**


Drs. Ec. H. A. Choesni Abdulkarim MSc
NIP. 130 517 219

Tanggal : 19-9-95

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN KARYA TULIS UTAMA

JUDUL : IMPLIKASI KEMASAN TERHADAP PRAKARSA PEMBELIAN KONSUMEN
Suatu Telaah Empiris Untuk Produk Sampo Lidah Buaya
Bagi Karyawati di Surabaya
NAMA : ITA OCTAFIATI
NIM : 049310133/M

DOSEN PENGUJI

Tanda tangan

1. Drs.Ec.H. A. Choesni Abdulkarim MSc

2. Prof.Dr. T. Pawitra

3. Prof. V. Henky Supit, Ak

4. Dr. Jangkung Karyantoro MBA

ABSTRAK

Kemasan sebagai strategi produk dapat digunakan sebagai unsur pembeda produk dengan produk sejenis, sebagai alat promosi dan penyedia informasi, juga dalam situasi tertentu berperanan secara efektif sebagai stimuli pemasaran yang mempengaruhi prakarsa pembelian.

Kenyataan di atas menimbulkan beberapa pertanyaan bagi pihak produsen atau pemasar sampo lidah buaya, seperti yang tertuang dalam tujuan penelitian ini, yaitu ingin mengidentifikasikan unsur-unsur kemasan yang utama dipertimbangkan oleh konsumen dalam memandang kemasan sampo lidah buaya dan mengetahui bagaimana kemasan sampo lidah buaya yang dapat menimbulkan prakarsa pembelian konsumen. Tujuan penelitian tersebut merupakan kekhususan penelitian karena belum dilakukan pada penelitian-penelitian yang terdahulu. Meskipun demikian, hasil penelitian-penelitian tersebut sangat menunjang dan berkaitan, terutama dalam penentuan unsur-unsur kemasan, alasan dan latar belakangnya.

Penelitian ini bersifat eksploratif eksperimental dan dilakukan dalam dua tahap. Penelitian eksploratif bertujuan menentukan unsur-unsur kemasan sebagai jenis dan tingkatan atribut, sedangkan penelitian eksperimen bertujuan mengetahui preferensi konsumen terhadap profil atau kombinasi kemasan yang terbentuk. Data yang diperoleh dari hasil penelitian ini, kemudian dianalisis dengan teknik *Conjoint Analysis*.

Hasil analisis menyatakan bahwa unsur-unsur kemasan yang utama dipertimbangkan oleh konsumen dalam memandang kemasan sampo lidah buaya (sesuai urutan taraf kepentingannya), yaitu warna, bahan dan tutup, sedangkan kemasan sampo lidah buaya yang dapat menimbulkan prakarsa pembelian konsumen diidentifikasi sebagai kemasan dari bahan plastik (PVC) transparan, dengan warna dominan hijau terang (*light*) dan bertutup buka-rekat (*flip*).

Hasil penelitian ini secara khusus dapat dimanfaatkan oleh pihak produsen atau pemasar sampo lidah buaya sebagai masukan dalam menyusun strategi produknya terutama dalam menentukan rancangan kemasan produk sampo lidah buaya.